

EL TRATAMIENTO DEL TORERO COMO “CELEBRITY” EN LA PRENSA NORTEAMERICANA Y ANGLOSAJONA

Mark McKinty*



El 5 de enero de 1925 la revista estadounidense *Time* concedió su portada al torero Juan Belmonte. Aunque un honor por derecho propio, como luego se verá, el homenaje es muy representativo del sentimiento en el extranjero hacia España y, en concreto, hacia los principales toreros de la época. Desde el *grand tour* en el siglo XVIII hasta la llegada del turismo de masas en pleno siglo XX, la tauromaquia y su entorno han llegado a ser un símbolo de esa España exótica que añoran muchos extranjeros. Debido a ese estatus privilegiado, la imagen del torero se ha venido repitiendo bastante en el cine internacional, como se ve reflejado en la prensa de habla inglesa. Este artículo, por lo tanto, examinará la representación del torero en la prensa norteamericana y británica en su contexto socio-cultural, e intentará demostrar la presencia del torero como

* Universidad de Queen's, Belfast. Mark McKinty (Irlanda del Norte, 1987) es doctor en Estudios Hispánicos por la Universidad de Queen's en Belfast. Su investigación doctoral ha sido dedicada al debate socio-cultural sobre la tauromaquia desde la Ilustración hasta la España contemporánea pos-Franco. Sus publicaciones abarcan varios temas relacionados con el tema taurino, entre las cuales 'La humanización del toro: la imposición del peto y su posible influencia anglosajona' (*Revista de Estudios Taurinos* 36/2015, págs. 119-131). Sus estudios incluyen otras áreas de la cultura hispánica, como los festejos y espectáculos populares, la literatura de viaje en la Península Ibérica y la historia de los estudios bíblicos en España.

*celebrity*¹ a través de sus varias y numerosas actuaciones cinematográficas.

EL DESEO DE LO EXÓTICO

En los tiempos modernos, España suscita entre sus visitantes una creciente fascinación por su faceta exótica: desde los tiempos del *grand tour* setecentista, entre los aristócratas, o, dentro de la literatura de viajes, entre escritores destacados, como el americano George Ticknor o los británicos Richard Ford y George Borrow, a principios del siglo XIX. Ese concepto de que “España es diferente” subraya el exotismo del país hasta que, en pleno siglo XX, se convierte en lema oficial y herramienta de promoción a nivel internacional. En los años 50, la Oficina de Turismo de España en Londres publica en la *Illustrated London News* —un semanal bastante importante en cuanto a la difusión de noticias gráficas— un mapa algo estereotipado de un país en el cual hace sol «todo el año», y destaca la tauromaquia como la principal tradición «virgen» para atraer a los turistas británicos².

A principios del siglo XX, sobre todo en Estados Unidos, la proyección y emisión de festejos taurinos ya es popular, independientemente del propio cartel, aunque generalmente éste sí influya y contribuya a la promoción y la popularización de tales eventos. El periódico local de Middlebury (Vermont) se regocija anunciando que «la última y mejor» corrida, protagonizada por Belmonte, Gallito y Gaona, se estrenaría en Estados Unidos con dos proyecciones en su ayuntamiento después de una ponencia académica introductoria³.

¹ Es preferible el uso de la palabra inglesa *celebrity* en vez de posibles traducciones como “célebre”, “celebridad” o “famoso” ya que conlleva una asociación más intensa con la cultura popular, el consumo masivo (a veces fijado en lo estético) y un sentido de superioridad en su jerarquía.

² *Illustrated London News*, 29 de mayo de 1954, pág. 5.

³ “Spanish School to Show Bull-Fight Film”, *Middlebury Register*, 13 de Agosto de 1920, (pág. 1). (Todas las traducciones del presente artículo son mías.)

La proyección de festejos alimenta esa búsqueda de “lo exótico”, aunque no siempre se acierta en la distinción entre el toreo europeo y el americano. Aunque en 1911 una corrida que se proyecta es mexicana, un periódico de Kansas la cataloga

SPANISH BULL FIGHTS
AT
Cozy Theater
Monday and Tuesday, Oct. 23 and 24
THREE REELS

In Motion Pictures—photographs of the arena in Mexico City showing every feature of the old-fashioned sport from north to south where the bull is chopped and dead.

Educational—Historic—Thrilling
Passed by Censorship Board

Shown in Best Theaters in the United States From Coast to Coast.

Bull Fighting was started in Spain 700 years ago in trials before the eyes of war. Cozy Theater has real about them.

These Motion Pictures Are Picture Photographs
of the finest films that take place anywhere in the world, except on motion. A new edition of 10,000 prints and a new show.

Three Reels—Don't Miss Them Monday and Tuesday—Three Reels.

Cozy Theater
10c Admission

Below from Mexican Bull Fight, shown in Sporting Pictures on Easy, Monday

Fig. n.º 25.- Publicidad para la proyección de corridas de toros “españolas” en el Cozy Theatre. A la derecha, una impresionante escena de la película taurina mexicana que fue proyectada la semana anterior. *Topeka Daily State Journal*, 21 de octubre del 1911⁴. Todas las imágenes de este artículo han sido facilitadas por el autor del mismo.

Cabe destacar aquí la frecuencia con la cual algunos periodistas y escritores extranjeros se equivocan al escribir los nombres de toreros, toros y lugares, bien por deletrearlos mal o bien por confundir un apodo con un apellido. En el citado artículo, el nombre del diestro mexicano Gaona aparece como “Taona”, pero en otras ocasiones algunos errores más graves dificultan bastante la investigación en archivos y la identificación de toreros mal descritos.

⁴ “Spanish Bull Fights”, *Topeka Daily State Journal*, Kansas, edición de la tarde, 21 de octubre del 1911, pág. 16. Esta publicidad es la que más destaca entre todas las que salen en la sección de teatros del periódico. Nótese también al final «Three Reels – Don't Miss Them Monday and Tuesday – Three Reels» (Tres rollos – no se lo pierdan el lunes y el martes – tres rollos), que refleja – se supone que deliberadamente – el estilo de los carteles taurinos: 6 magníficos toros...6, etcétera.

como «corrida española» (véase la figura 25). Si bien la mayoría de los toreros más célebres son de Europa, también se tienen más en cuenta por lucir características más “exóticas”, de las cuales, hasta cierto punto, carecen los toreros americanos por ser de países vecinos⁵.

La misma publicidad también subraya un hecho interesante e importante para los lectores de hoy. Teniendo en cuenta la época y los avances tecnológicos que se han producido desde entonces (fotográficos, cinematográficos, televisivos y, posteriormente, internet), el anuncio revela la verdadera novedad exótica de las corridas de toros: «Todos las hemos visto *pero pocos las conocen*»⁶.

Fundamentalmente, la novela *Sangre y arena* (1908) de Vicente Blasco Ibáñez y su primera versión rodada por el autor en 1916 inspiran una película muda en 1922 –*Blood and Sand* (dir. Fred Niblo)– que es protagonizada por Rodolfo Valentino (y cuya cuarta adaptación de Javier Elorrieta en 1989 pondría también a Sharon Stone en las páginas de los periódicos). Se lanza así la figura del torero a la gran pantalla del cine en lengua inglesa, en la primera gran película de ficción de temática taurina. Goza de una recepción enormemente exitosa, y las noticias de su proyección aparecen cada semana –si no diariamente– durante varios años en los periódicos regionales del Reino Unido y Estados Unidos⁷. Llegando a las pantallas extranjeras poco

⁵ La misma fiesta atrae más al público norteamericano si proviene de la “exótica” España que si procede del vecino México.

⁶ *Ibidem*. La cursiva es mía.

⁷ Se anuncia, por ejemplo, la primera proyección en Preston (Lancashire) de *Blood and Sand* –«la producción cinematográfica de la novela de la cual está hablando todo el mundo»– a finales del 1926. *Lancashire Evening Post*, 11 de octubre de 1926, pág. 1. Cuatro años después de su *première* todavía sigue atrayendo a un público numeroso, proyectándose esa semana también en el Palladium de Lichfield, el Palace Theatre de Tamworth y el Avenue Theatre de Sunderland, entre otros lugares.

tiempo después de la fatídica muerte de *Joselito* en 1921, esta aventura taurina de pasión y amor aprovecha el contexto favorable y marca un punto decisivo en la creación por parte de las estrellas cinematográficas del torero *celebrity*.

El libro clásico *Death in the Afternoon* (1932) del periodista y novelista Ernest Hemingway –quien posteriormente lanzará al estrellato a Dominguín ante el público internacional– también jugará un papel crucial despertando en el extranjero profano un creciente interés y una curiosidad insaciable por el espectáculo excéntrico de la tauromaquia. Hasta cierto punto la actitud de Hemingway hacia los toreros y el toreo en general es emblemática de la obsesión foránea por la tauromaquia. Aunque inicialmente la inevitable presencia de la muerte en el espectáculo choca con sus sensibilidades, el estadounidense acaba cautivado por la Fiesta, su entorno y sus protagonistas. Quizá por esto llamará la atención, incluso, de los lectores más ilustrados y de sensibilidad más delicada, por su manera de presentar el espectáculo con todas sus complejidades, y por estar «espléndidamente escrito», con un gran número de imágenes⁸.

El afán de éxito desempeña, obviamente, una parte fundamental en la atracción ejercida por las películas de temática taurina. Llega a ser uno de los requisitos de los directores y productores a la hora de contratar a actores, tanto si son figuras taurinas o cinematográficas ya famosas, como si son personas desconocidas para interpretar papeles secundarios. Efectivamente, esto último se evidencia en los reportajes de prensa sobre el proceso productivo de la película *The Brave Bulls* (1951). El productor-director Robert Rossen trabaja en estrecha colaboración con Tom Lea, autor del *bestseller* homónimo, y «los periódicos publicados en español en México, Los Ángeles, Nueva York y en todos los países latinoamericanos» informan de la

⁸ “Bullfighting”, *The Scotsman*, 5 de diciembre de 1932, pág. 2.

oportunidad de actuar en la película a los «mexicanos jóvenes con pómulos altos y piel morena, que se parezcan a toreros, hayan sido toreros o quieran ser toreros»⁹.

LA CREACIÓN DE UN MITO

La amplia atracción por la España exótica establece las bases que moldean la mayoría de los tratamientos del país en la prensa extranjera y, posteriormente, en otros medios. Más concretamente, y en cuanto a la temática del presente trabajo, el exotismo de un espectáculo tan singular como la tauromaquia prepara en la prensa internacional –y particularmente en la de habla inglesa o culturas no-latinas– un escenario del que emergerá el segundo elemento en importancia respecto al fenómeno de *celebrity* de los toreros: el personaje del matador mítico.

La actualidad taurina no solamente encandila al público extranjero, sino que suscita el suficiente interés como para gozar de bastantes espacios en las columnas de los rotativos, casi siempre en reportajes redactados con fervor y adornados con imágenes llamativas. Los grandes acontecimientos dentro de –y relacionados con– los ruedos también llegan a tener bastante peso en la prensa internacional. Unos meses después de la histórica y trágica cogida de José Gómez Ortega *Joselito*, se anuncia su muerte, como fiel reflejo de su estatus “tauro-social” y la fama mediática internacional de una de las figuras principales en su profesión, con una página entera en el *New York Tribune* dedicada a la corrida de Talavera de la Reina, los funerales y la his-

⁹ “Moviemakers in Mexico”, *Falkirk Herald*, 15 de febrero de 1950, pág. 3. Los mismos requisitos también sirven para los protagonistas; el año anterior la prensa avisa de que «Hollywood está buscando a un [Clark] Gable latino – ‘viril y hermoso, pero no el tipo acicalado’» para el papel de Luis Bello en la misma película: *Dundee Evening Telegraph*, 8 de octubre de 1949, pág. 3.

toria general de la tauromaquia¹⁰. De vez en cuando, un torero poco conocido o incluso ficticio ocupa un lugar prominente en la prensa, justamente por el aura mítica de *celebrity* de su profesión. En el ejemplo de Charlot Molino, «contratado para lidiar un toro en Madison Square Garden (Nueva York)», la noticia sitúa al diestro a la altura del rey Jorge V, la Reina María y el entonces Príncipe de Gales de la familia real británica y otros dignatarios oficiales¹¹.

El éxito fundamental de las figuras taurinas en el extranjero – tanto físicamente presentes como en su presencia visual – consiste en la mezcla de los dos elementos cruciales antes mencionados: “lo exótico” y la conversión del torero en personaje mítico. El público ya no busca a un héroe popular, como en siglos anteriores ocurría con los toreros como iconos literarios o de las artes plásticas (véase, por ejemplo, González Troyano, 1988), sino que la figura de un diestro se convierte en un tipo de semidiós. Edward Lewine, periodista del *New York Times*, destaca en su primer libro el surgimiento de ese estatus de *celebrity* de los toreros a lo largo del siglo XX en la conexión entre la prensa y la televisión (2005). En plena Primera Guerra Mundial, la tauromaquia se encuentra en su Edad de Oro. Juan Belmonte

¹⁰ Wilbur Forrest, “Spain’s Sword of Swords Dies in the Bullring”, *New York Tribune*, 19 de septiembre de 1920, pág. 5. Curiosamente – aunque depende del periodista o corresponsal – las traducciones de palabras taurinas, normalmente difíciles de trasladar bien por la inexistencia del fenómeno en culturas no-latinas, a veces son interesantes. En este caso curioso incluso se traduce el nombre del Miura *Bailaor* como «The Dancer».

¹¹ Sección Gráfica – Suplemento huecograbado de *The Sunday (Evening) Star*, Washington D. C., 8 de enero de 1922 (pág. 5). Ha resultado imposible encontrar más información sobre este torero, pero la llegada de un ídolo taurino llama la atención a la prensa extranjera aun cuando la persona no sea necesariamente famosa de forma individual. Sin embargo, según la nota, el agente de prensa del diestro informó que su traje de luces se valoró en \$4.000, otro de los datos de interés para el lector foráneo incluidos.

—una de las principales figuras de la época— se convierte en icono a favor de las fuerzas aliadas y en contra de Alemania en los difíciles tiempos bélicos, sobre todo en Estados Unidos. El respeto que le brinda la prensa norteamericana tiene un claro barniz patriótico. Recién llegado de América del Sur, el diestro sevillano parece posicionarse con los aliados: «Belmonte está en contra de Alemania y a favor de los aliados en la lucha mundial, y de verdad esto es lo más importante; porque, que conste, tal y



Fig. n.º 26.- Juan Belmonte en la portada de la revista “Time”, el 5 de enero de 1925.

como piensa y se expresa Belmonte, así piensan y se expresan decenas de miles de sus devotos»¹².

Mientras Belmonte es el héroe para los aliados en la Primera Guerra Mundial, *Manolete* lo llega a ser hasta cierto punto poco después de acabarse la Segunda, al enviarle la cabeza del toro lidiado *Perdigón* al primer ministro británico Winston

¹² “Seville’s idol favours allies”, *St. Charles Herald*, Hahnville, Louisiana, 21 de diciembre de 1918, (pág. 4).

Churchill. El impacto de esas muestras de apoyo –supuesto o real, pero recibidas por los aliados con cariño y admiración– es significativo precisamente porque los autores de tales afirmaciones sostienen ese nivel de *celebrity* fuera de España. De hecho, Belmonte disfrutaría de una veneración aún mayor en la época de postguerra, sobre todo en los años 20 cuando lidera la Edad de Plata de la tauromaquia, –con la portada de la importante revista *Time*– y en los 30.

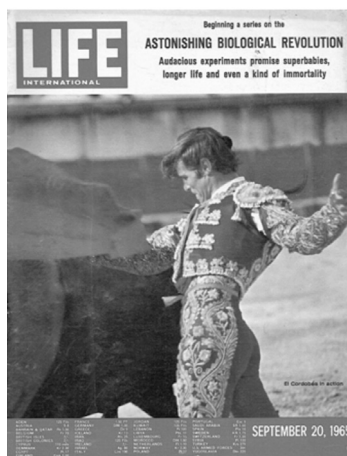


Fig. n.º 27.- La revista “Life International” dedica su portada, su editorial y un reportaje a “El Cordobés” el 20 de septiembre de 1965.

Belmonte recibe el máximo honor mediático en blanco y negro, pero su sucesor *El Cordobés* lo consigue en color cuarenta años después, e incluso de una manera bastante más acentuada. En 1965, año en el cual lidera el escalafón por primera vez, ocupa la portada de la revista *Life Internacional* (además de varios reportajes y portadas en la versión de *Life* en español). El mismo número además le dedica un editorial muy admirador –«No hay nadie como *El Cordobés*», se titula– y un artículo sobre el torero «de 2 millo-

nes de dólares anuales»¹³. En el mes anterior, la versión estadounidense de la revista le nombra acertadamente el torero «beatnik» de España,¹⁴ «proyectando el espíritu rebelde de los Beatles y el magnetismo de Bobby Kennedy» (Sherwood, 2001: 26). Se sigue su éxito en los ruedos a lo largo de los años siguientes, pero es esa presencia tan constante en la prensa internacional –en el sentido más amplio de la palabra– la que hace que unos años después sea oportuno publicar su curiosa biografía: *Or I'll Dress You In Mourning* (1968, *O llevarás luto por mí*).

Si, en vida, los diestros y toreros-actores más célebres gozan de una fama casi incomparable, el acontecimiento de sus muertes –sobre todo si son precipitadas y en circunstancias trágicas– los convierte ya en dioses míticos para los lectores estadounidenses y británicos. Una evaluación del lenguaje que se emplea en los homenajes revela un estilo y un vocabulario de alabanza y loor, con ciertos tonos religiosos, casi bíblicos. Por poner dos ejemplos, en el *Washington Post*, la muerte de *Manolete* ocupa un lugar destacado y recibe la distinción de «star» (estrella) en el titular¹⁵, y la *Belfast News Letter* –el periódico diario publicado en inglés más antiguo del mundo– le reconoce como un diestro «ace» (as)¹⁶.

¹³ “There Is Nobody Like El Cordobés”, y “The \$2 Million-a-Year ‘Torero’”, *Life International*, Amsterdam, vol. 39, núm. 6, 20 de septiembre de 1965, págs. 3, 30-35.

¹⁴ Un beatnik, según el diccionario de la RAE, es un «seguidor de un movimiento juvenil norteamericano de mediados del siglo XX, caracterizado por su vida bohemia y su rechazo de las convenciones sociales». En el caso de El Cordobés, la asociación con el mundo beatnik se debe a la apariencia física (su larga melena).

¹⁵ “Star Matador Gored”, *Washington Post*, 29 de agosto de 1947, pág. 3. “Star” era una palabra utilizada constantemente, pero en esa época seguía teniendo una importancia significativa.

¹⁶ “‘Ace’ bull-fighter. Death after attack by bull in the arena”, *Belfast News Letter*, 30 de Agosto de 1947, pág. 6. Este periódico empezó a circular en 1737.

LA CONEXIÓN TAUROMAQUIA-CINE

Son muchas las influencias del mundo taurino en la prensa internacional gracias al cine: entre las más destacadas, las fatídicas muertes de *Manolete* (cuya más reciente plasmación en la película de 2006 dirigida por Menno Meyjes cuenta con Adrien Brody en el papel del diestro) y de Belmonte. Indudablemente, la combinación de los dos elementos hasta aquí expuestos –la fusión de “lo exótico” con el rango mítico del torero– encuentra su máxima expresión en la gran pantalla, sobre todo gracias a Hollywood, una industria artística que hace de estos dos ingredientes el centro de su producción cinematográfica. El epítome se encuentra, de hecho, en la vida de un matador estadounidense que, curiosamente, no era actor. En los años 40 John Fulton –entonces adolescente– ve por primera vez la película *Blood and Sand* (Rouben Mamoulian, 1941) y se enamora tanto de la tauromaquia como de la actriz protagonista, Rita Hayworth, dos hechos que le inspiran para ser torero, es decir, los mismos que llaman la atención a los extranjeros: «La película le provoca tanto [a Fulton] ese sentido de galantería y pasión que decide inmediatamente ser torero»¹⁷.

En 1956 el público de habla inglesa recibe calurosamente *The Magic World of the Bullfighter* de Antonio Díaz Cañabate, obra que expone explícitamente esta relación Hollywood/tauromaquia, y que destaca a las cuatro figuras taurinas que más llaman la atención al mundo cinematográfico: Belmonte, Domingo Ortega, *Manolete* y Dominguín. En el libro, «(Díaz Cañabate) trata a los héroes de los ruedos de la misma manera que cualquier periodista hollywoodiense trataría a las estrellas del cine»¹⁸. Esta fascinación del público tampoco es algo efímero,

¹⁷ *The John Fulton Society*, <<http://www.johnfultonmatador.com/bio2.html>>, (último acceso 20 de diciembre de 2016).

¹⁸ “Bullring Heroes. An Aficionado Surveys his Idols”, *The Sphere*, Londres, 1 de diciembre de 1956, pág. 40.

como demuestran el número de casos y la temática generalmente ofrecida. Según Sherwood, *The Bullfighter and the Lady* (*El torero y la dama*, dir. Budd Boetticher 1951) es la película más emitida en la televisión (2001: 34). Mientras no ofrece más detalles sobre el dato (se supone que se refiere a la emisión televisiva norteamericana), la afirmación en sí demuestra el lugar ciertamente importante que ocupa durante varios años una película taurina y, por consiguiente, los protagonistas del mundo taurino.

Como afirmación de este vínculo importante entre el cine y la tauromaquia, Sherwood empieza su acreditado libro sobre los toreros estadounidenses con un capítulo que lleva el título representativo de «El affaire de Hollywood con la tauromaquia», subrayando que: «los más altos escalafones glamurosos de Hollywood descubrieron que involucrarse en la tauromaquia [dentro o fuera del ruedo] representaba otra manera de demostrar su propia calidad de *celebrity*» (2001: 34)¹⁹.

La lista de personajes famosos que han asistido a festejos taurinos, bien sea una única vez o de modo más constante, es bastante larga, y algunos de los nombres más célebres ya se han citado anteriormente. Es más, el tratamiento de la figura del torero como *celebrity* conlleva también una influencia realmente importante en otros sectores, como la música popular, el arte y la moda. Por ejemplo, unas fotos bastante llamativas (por lo menos en esa época) de Marilyn Monroe vestida de luces demuestran el deseo y el beneficio de asociarse con la tauromaquia: las imágenes de la actriz alcanzaron bastante fama mediática²⁰.

¹⁹ La cursiva es mía. La cita continúa con una amplia lista de famosos que se han dejado ver en el mundo taurino, incluyendo nombres tan célebres como Ava Gardner, Kirk Douglas, Frank Sinatra y Orson Welles.

²⁰ Esto es un ejemplo del poder visual que adquiere lo taurino, formando parte de esa idea exótica de España en el extranjero. Años más tarde, la moda taurina vuelve a salir a los escenarios, aunque normalmente en casos más controvertidos; la actriz estadounidense Sara Jessica Parker es fotografiada vestida de luces, y en 2015 un vídeo y parte de la gira de Madonna son de temática tau-

Curiosamente, quizá el evento más simbólico para la conexión tauromaquia-cine tiene lugar el 10 de enero de 1933. Justamente en el corazón de Hollywood (California), Sidney Franklin, el matador de Brooklyn (Nueva York) y el primer torero judío-americano, actúa en una corrida de toros. Franklin –que llega además a ser torero-actor y torero-escritor– se transforma en *celebrity* nacional en la prensa tras asumir esa profesión “exótica”: «[Franklin] decide tomarse unos días para ver los Juegos Olímpicos de 1932 en Los Ángeles, donde naturalmente Hollywood le recibe como si fuera un monarca visitante» (Sherwood 2001, 58). Unos meses más tarde en París, de hecho, Franklin da clases técnicas de torero a Franklin D. Roosevelt Jr, hijo del entonces presidente de Estados Unidos²¹.

Los toreros y su entorno, entonces, entusiasmaban al público internacional, e incluso hay constancia de que a actores como James Dean les gustaba el torero de salón, y de otros que se lanzaban a los ruedos. Los diestros que han llegado al cine –bien propiamente como actores, o porque sus propias vidas hayan servido de inspiración para guionistas y directores– son los primeros en combinar una carrera taurina con la de estrella cinematográfica. Figuran entre otros Dominguín, Sebastián Palomo Linares y, quizá el torero-actor de más éxito y que tuvo más repercusión en la prensa internacional, *El Cordobés*. Ciertamente, algunas referencias periodísticas demuestran que en el extranjero se aprecia esta fusión de lo exótico y lo mítico: «Un famoso torero español [Mario Cabré], que también es un famoso actor español; las dos profesiones se combinan a menudo en el Sur soleado...»²².

rina, el mismo año que José María Manzanares protagoniza la campaña publicitaria de Dolce & Gabbana.

²¹ “President’s Son in Bullfight Lessons”, *San Bernardino Sun*, California, 30 de Agosto de 1933, pág. 4.

²² F. O. Hodgkinson, “Ava’s ‘Pandora’ is an unusual treat”, *Essex Newsmen*, 30 de mayo de 1950, pág. 3.

Son muchos los vínculos entre la tauromaquia y el cine, y casi siempre se realizan bajo la mirada de un público atento. La conversión de Dominguín en actor realmente no coincide con su llegada al mundo del cine; aparte del uso de sus actuaciones previamente grabadas como inserciones en otras películas, su relación con la actriz Ava Gardner acerca al diestro aún más a los círculos más altos de Hollywood. Es, sin embargo, la posterior actuación en su primera película la que logra mayor difusión en la prensa, una noticia que se recibe con alegría: «Michael Todd, el productor de cine estadounidense, ha contratado al torero español Miguel Dominguín ... para protagonizar su película *Around The World In Eighty Days* ... Será la primera película de Dominguín. Una de las escenas representa una corrida de toros en 1872»²³.

Es más, una vez involucrado en el cine profesional ante las cámaras, Dominguín impulsa su participación cinematográfica, aumentando su filmografía con otras películas, entre las cuales se incluyen *Yo he visto a la muerte* (José María Forqué, 1967) y *The Picasso Summer* (Robert Sallin, 1969), en las que se representa a sí mismo y por las cuales adquirirá un considerable relieve mediático. Por su parte, la actuación de Palomo Linares en *Nuevo en esta plaza* (Pedro Lazaga, 1966) recibió la aclamación popular, aunque su presencia en los medios de comunicación fuera de España y América Latina se limitó al público hispanohablante.

El Cordobés entra en el ámbito del cine, supera las hazañas de todos los demás toreros-actores (sin que nadie le haya podido quitar ese logro posteriormente) y hasta se encuentra casi

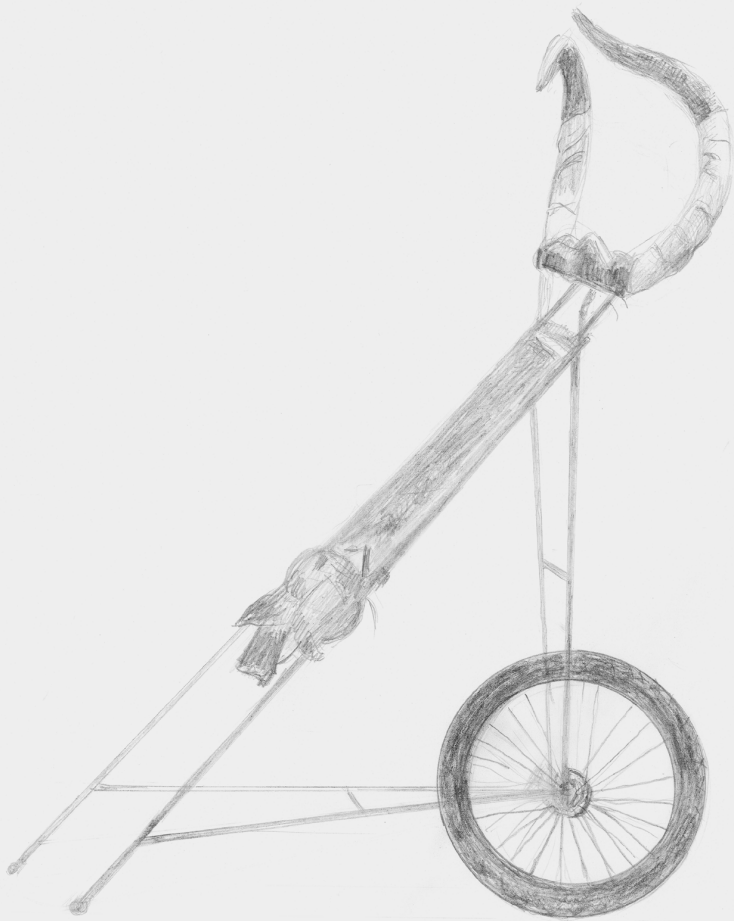
²³ “Matador Film Star”, *Aberdeen Evening Express*, 8 de agosto de 1955, pág. 1. Esta noticia goza de espacio en portadas regionales y en gran número de periódicos publicados en inglés. Cabe destacar que la película también fue nominada a cinco premios Óscar, consiguiendo tres, y a tres Premios de Oro, consiguiendo dos.

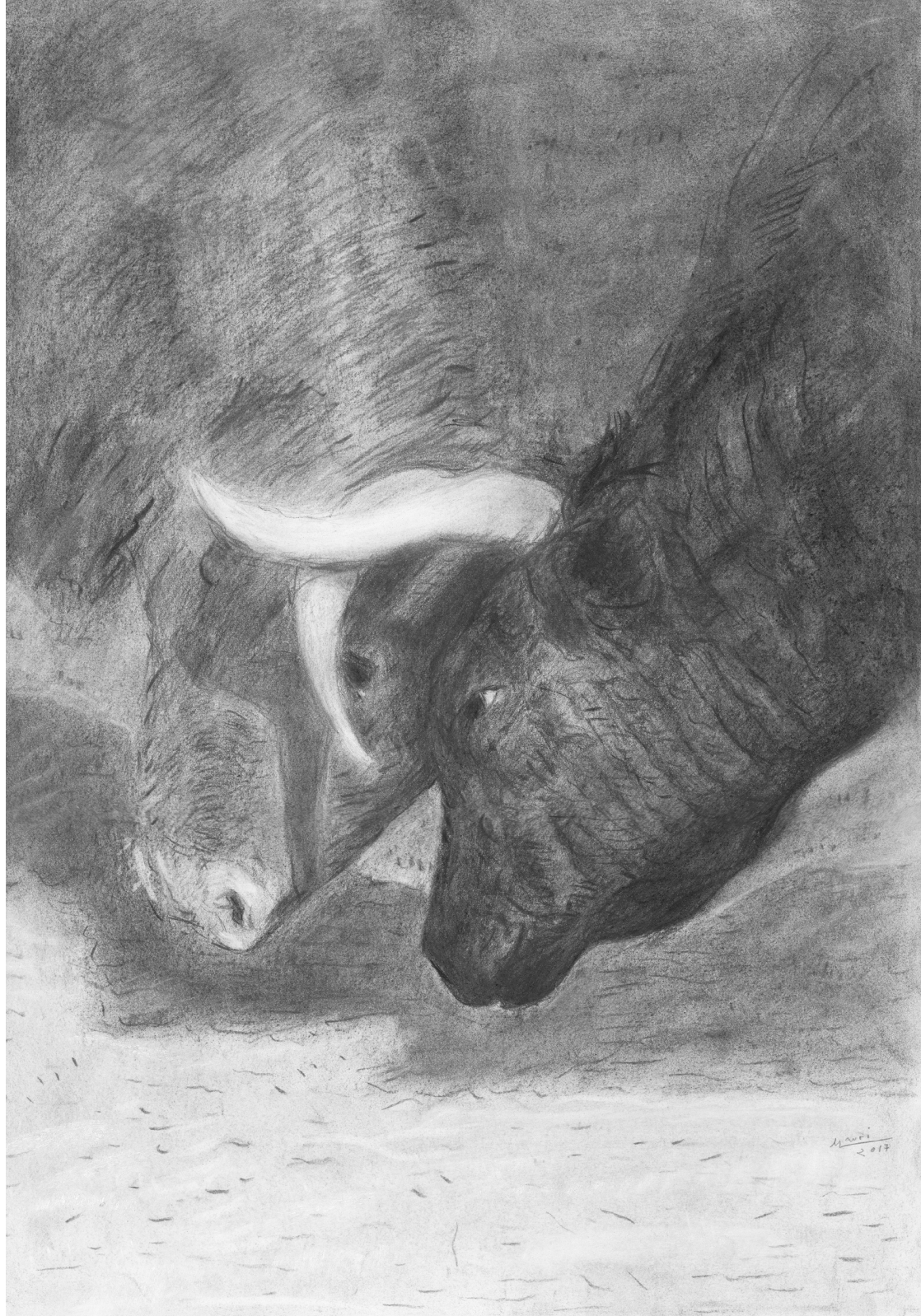




2017

SCHOLAR





más cómodo allí que dentro del ruedo. Se hace fotografías con los grandes actores, actrices y músicos del momento. Su increíble fama internacional coincide con el consumo masivo de música, cine, espectáculos y estilos de vida populares. Muestras de ello se hallan en la prensa extranjera, sobre todo en la prensa rosa, en la que el diestro se convierte en «el torero Beatle de España»²⁴. Aparece con frecuencia en las portadas de varias

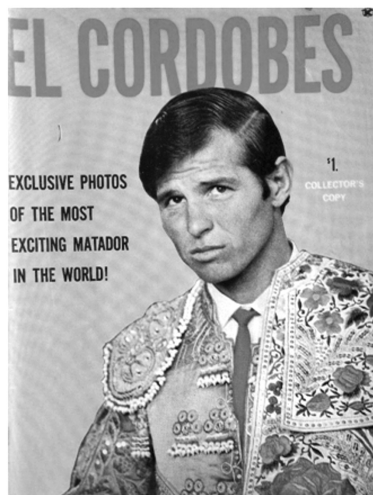


Fig. n.º 28.- “El Cordobés” se convierte en super-estrella y alcanza en la prensa internacional un nivel de fama sin precedentes.

publicaciones de todas partes, y «el matador más fascinante del mundo» (véase la figura 4) logra ocupar un lugar muy destacado internacionalmente entre los más famosos.

²⁴ “Spain’s Beatle Bullfighter Gores Himself”, *Huntingdon Daily News*, Pennsylvania, 22 de Agosto de 1964, pág. 7.

²⁵ “El Cordobés. Exclusive photos of the most exciting matador in the world!”, Los Angeles, *Matador Magazine*, 1964.

Mientras el enfoque del presente trabajo se ocupa de la prensa a principios y mediados del siglo XX –que mayoritariamente representa a los toreros de manera positiva–, cabe destacar un cambio radical a finales del siglo con respecto al tratamiento de la fiesta taurina. Indudablemente, siempre han estado presentes las representaciones negativas y los escritos en contra de la tauromaquia, pero la globalización y el fortalecimiento del movimiento animalista a partir de los años setenta dan lugar a numerosos ataques al espectáculo y a sus protagonistas y aficionados y, por lo tanto, el número de artículos taurinos en la prensa de habla inglesa disminuye drásticamente. Queda todavía pendiente una profundización de este tema, como el análisis de los discursos en los diferentes países de habla inglesa.

Paulatinamente, el tono y el lenguaje cambian tanto por parte de los periodistas como por las contribuciones de un público cada vez más sensible. En 1986, la autora de una carta bastante apasionada sobre una carroza taurina en el Desfile del Torneo de las Rosas (en Pasadena, California), por ejemplo, encarna este cambio refiriéndose al tema con fuertes palabras como «repugnante», «crueldad», «inhumano» y «barbaridad»²⁶. Tales noticias tienen, en efecto, la consecuencia de empezar a quebrantar la posición elevada del torero –ya a nivel de *celebrity* dentro y fuera de España– construida a lo largo de los años. Esencialmente, las últimas dos décadas del siglo XX se convierten en un punto de inflexión, un antes y un después en cuanto al equilibrio (previamente favorable) de noticias taurinas-antitaurinas. Los titulares más comunes sobre la fiesta pasan a ser en gran parte peyorativos. Las diferentes agencias de noticias generales pasan a difundir datos sobre el supuesto

²⁶ Elaine Livesey-Fassel, “Bullfight Theme ‘Distasteful’”, *Los Angeles Times*, 21 de diciembre de 1986, <http://articles.latimes.com/1986-12-21/news/cb-3870_1_bullfighting-inhumane-medieval>, (último acceso 24 de noviembre de 2016).

debilitamiento de los festejos taurinos y la desilusión de sus aficionados²⁷.

Son tres los elementos que contribuyeron a la elevación del torero al nivel de *celebrity* en la prensa de la mayor parte del siglo pasado. El fenómeno de lo “exótico” en el extranjero es ese elemento de novedad que llama la atención de los extranjeros, y la fiesta de los toros es quizá el más representativo. Del exotismo surge la figura del torero mítico –viril, fuerte y apasionado– que tiene valor delante de un toro, pero delicadeza con la dama, y al que se refiere la prensa con admiración y un lenguaje cuasi-religioso. Estos dos elementos se fusionan en el cine internacional, que se convierte en promotor de la figura del matador, sobre todo en las páginas periodísticas.

El análisis de esta plasmación en la prensa y la manera de presentar a los toreros a una audiencia extranjera contribuyen a la recepción en el extranjero de la sociedad española a principios y mediados del XX. Los avances tecnológicos y la llegada del turismo de masas convierten a los observadores del público internacional, anteriormente pasivos, en consumidores activos de información taurina de cualquier tipo, y la figura del torero goza durante muchos años de un espacio reservado en casi todos los medios de comunicación. El papel de la prensa norteamericana y británica no es solamente el de comunicar la información, sino también el de estar dinámicamente involucrada en la creación del fenómeno del torero como *celebrity*.

²⁷ Véase, por poner un ejemplo de los muchos que existen: Stephen Brown (Reuters), “Bullfighting Is Losing Its Aficionados”, *Los Angeles Times*, 23 de junio de 1991, <http://articles.latimes.com/1991-06-23/news/mn-1987_1_bullfighting>, (último acceso 14 de diciembre de 2016). Este artículo habla de la crisis de casta de los toros bravos y la pérdida de público en las corridas. Sigue con el uso de palabras denigratorias, pero curiosamente las pone en boca de aficionados anónimos: «“¡La fiesta es un fraude!” murmura un aficionado fumando su cigarro»; «“¡Fuera del ruedo!” grita otro (al torero), añadiendo un “¡olé!” irónico».

BIBLIOGRAFÍA

- Collins, Larry, y Lapierre, Dominique (1968): *Or I'll Dress You In Mourning*, Nueva York, Simon & Schuster.
- González Troyano, Alberto (1988): *El torero, héroe literario*, Madrid, Espasa-Calpe.
- Hemingway, Ernest (1932): *Death in the Afternoon*, Nueva York, Charles Scribner's Sons.
- Lewine, Edward (2005): *Death and the Sun. A Matador's Season in the Heart of Spain*, New York, Houghton Mifflin.
- Sherwood, Lyn A. (2001): *Yankees in the Afternoon: An Illustrated History of American Bullfighters*, Jefferson, Carolina del Norte, McFarland.

WEB VISITADAS

- The John Fulton Society*,
<<http://www.johnfultonmatador.com/bio2.html>>, (último acceso 20 de diciembre de 2016).

PERIÓDICOS

- “‘Ace’ bull-fighter. Death after attack by bull in the arena”, *Belfast News Letter*, 30 de Agosto de 1947, pág. 6.
- Brown, Stephen, (Reuters), “Bullfighting Is Losing Its Aficionados”, *Los Angeles Times*, 23 de junio de 1991, <http://articles.latimes.com/1991-06-23/news/mn_1987_1_bullfighting>, (último acceso 14 de diciembre de 2016).
- “Bullfighting”, *The Scotsman*, 5 de diciembre de 1932, pág. 2.
- “Bullring Heroes. An Aficionado Surveys his Idols”, *The Sphere*, Londres, 1 de diciembre de 1956, pág. 40.
- Dundee Evening Telegraph*, 8 de octubre de 1949, pág. 3.
- El Cordobés. Exclusive photos of the most exciting matador in the world!*, Los Ángeles, Matador Magazine, 1964.

- Forrest, Wilbur, “Spain’s Sword of Swords Dies in the Bullring”, *New York Tribune*, 19 de septiembre de 1920, pág. 5.
- Hodgkinson, F. O., “Ava’s ‘Pandora’ is an unusual treat”, *Essex Newsmen*, 30 de mayo de 1950, pág. 3.
- Illustrated London News*, 29 de mayo de 1954, pág. 5.
- Lancashire Evening Post*, 11 de octubre de 1926, pág. 1.
- Livesey-Fassel, Elaine, “Bullfight Theme ‘Distasteful’”, *Los Angeles Times*, 21 de diciembre de 1986, <http://articles.latimes.com/1986-12-21/news/cb-3870_1_bullfighting-inhuman-medieval>, (último acceso 24 de noviembre de 2016).
- “Matador Film Star”, *Aberdeen Evening Express*, 8 de agosto de 1955, pág. 1.
- “Moviemakers in Mexico”, *Falkirk Herald*, 15 de febrero de 1950, pág. 3.
- “President’s Son in Bullfight Lessons”, *San Bernardino Sun*, California, 30 de Agosto de 1933, pág. 4.
- Sección Gráfica – Suplemento Huecogrado de *The Sunday (Evening) Star*, Washington D. C., 8 de enero de 1922, (pág. 5).
- “Seville’s idol favours allies”, *St. Charles Herald*, Hahnville, Louisiana, 21 de diciembre de 1918, pág. 4.
- “Spain’s Beatle Bullfighter Gores Himself”, *Huntingdon Daily News*, Pennsylvania, 22 de Agosto de 1964, pág. 7.
- “Spanish Bull Fights”, *Topeka Daily State Journal*, Kansas, edición de la tarde, 21 de octubre del 1911, pág. 16.
- “Spanish School to Show Bull-Fight Film”, *Middlebury Register*, 13 de agosto de 1920, pág. 1.
- “Star Matador Gored”, *Washington Post*, 29 de agosto de 1947, pág. 3.
- “There Is Nobody Like El Cordobés”, y “The \$2 Million-a-Year ‘Torero’”, *Life International*, Amsterdam, vol. 39, núm. 6, 20 de septiembre de 1965, págs. 3, 30-35.